

Determinan Penggunaan *Digital Payment* dalam Pembayaran Wakaf Uang: Ekstensi Teori *Technology Acceptance Model*

Muhamad Fasya Nur Arbaeni^{1*}, Heni Sukmawati², Listia Andani³

^{1,2,3}Universitas Siliwangi
211002061@student.unsil.ac.id

ABSTRACT

Indonesia has significant potential in developing the sharia economy, particularly in the cash waqf sector, despite its current low realization. This study explores the digitalization of cash waqf through e-wallets, crowdfunding, and shopping charity using the Technology Acceptance Model (TAM). A quantitative descriptive method with Smart PLS 3.0 analysis was applied to Muslim respondents in West Java who have used digital payment for cash waqf. The results indicate that perceived usefulness significantly influences attitudes and intentions, while perceived ease of use only impacts perceived usefulness. A positive attitude towards technology enhances the intention to use, thereby promoting the adoption of digital payment in cash waqf. Trust plays a crucial role in building user loyalty. The study implies the need to improve the quality of user interface (UI) and user experience (UX), transparency in fund management, and education on the benefits of digital payment to increase adoption and trust. Further research is recommended to explore digital literacy, government support, and employ longitudinal designs to understand changes in community attitudes and behaviors over time.

Keywords: *Digital Payment, Cash Waqf, Technology Acceptance Model.*

ABSTRAK

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi syariah melalui sektor wakaf uang, meskipun realisasinya masih rendah. Penelitian ini mengeksplorasi digitalisasi wakaf uang melalui *e-wallet*, *crowdfunding*, dan *shopping charity* menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Metode kuantitatif deskriptif dengan analisis *Smart PLS 3.0* diterapkan pada responden masyarakat muslim di Jawa Barat yang telah menggunakan *digital payment* untuk wakaf uang. Hasil menunjukkan persepsi kegunaan signifikan mempengaruhi sikap dan intensi, sementara persepsi kemudahan hanya berdampak pada persepsi kegunaan. Sikap positif terhadap teknologi meningkatkan intensi penggunaan, mendorong penerapan *digital payment* dalam wakaf uang. Kepercayaan berperan penting dalam membangun loyalitas pengguna. Implikasi penelitian menunjukkan perlunya peningkatan kualitas *user interface (UI)* dan *user experience (UX)*, transparansi pengelolaan dana, dan edukasi manfaat *digital payment* untuk meningkatkan adopsi dan kepercayaan. Penelitian lanjutan disarankan mengeksplorasi literasi digital, dukungan pemerintah, dan menggunakan desain longitudinal untuk memahami perubahan sikap dan perilaku masyarakat jangka panjang.

Kata Kunci: *Pembayaran Digital, Wakaf Uang, Technology Acceptance Model.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan kategori masyarakat muslim terbesar di dunia dengan jumlah penduduk muslim mencapai 86,7% dari total populasi sebesar 277,53 juta jiwa. Laporan tahunan The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) mencatat, jumlah populasi muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta jiwa pada 2023. Dengan jumlah tersebut, Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan perekonomian berbasis keuangan syariah yang sangat besar (Mutia, 2023).

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia mengalami kenaikan semenjak pertama kali beroperasi pada tahun 1988-an. Industri keuangan syariah menjadi bentuk sistem keuangan yang prinsip dan landasannya mengacu pada hukum Islam (Mustakim, 2021). Dengan melihat potensi dan peluang yang ada, seharusnya Indonesia dapat memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menjadi *player* pertama dikancah internasional. Salah satu sektor keuangan syariah yang potensial di Indonesia adalah wakaf uang (DinarStandard, 2022).

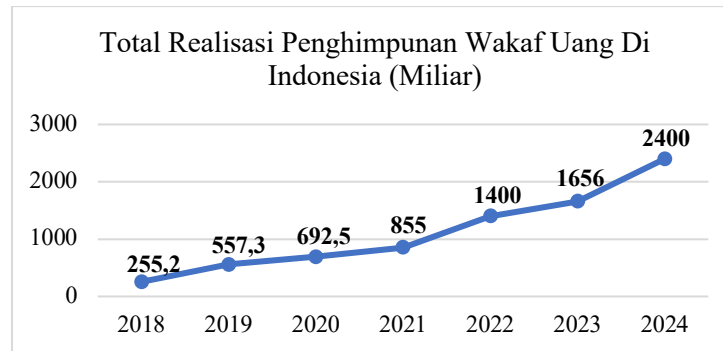
Dalam catatan sejarah Islam, wakaf uang dipraktikkan pada awal abad kedua Hijriyah sebagaimana dijelaskan oleh Imam al-Zuhri dengan kodifikasi fatwa dianjurkannya wakaf dinar. Di Indonesia, wakaf uang lebih familiar dikenal oleh masyarakat dengan istilah *cash waqf* dan masih jarang masyarakat yang mempraktikkan wakaf uang. Sehingga terdapat pandangan bahwa wakaf uang tidak diperbolehkan. Praktik wakaf uang di Indonesia relatif masih baru, sehingga implementasinya dan dampaknya kurang dirasakan oleh Masyarakat (Perdana & Barlinti, 2023).

Pemerintah telah mendukung pengembangan wakaf uang di Indonesia dengan melahirkan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 2 Tahun 2002 tentang wakaf uang. Berdasarkan fatwa MUI Nomor 2 tahun 2002, wakaf merupakan menahan harta tanpa mengurangi nilai pokok, dan mendistribusikan manfaat yang diperoleh dari harta benda tersebut. Fatwa MUI tersebut dapat menambah ekspansi dalam definisi wakaf, yaitu diperbolehkannya mewakafkan harta benda bergerak (Fathurrahman & Utama, 2022). Wakaf uang sebagai salah satu bentuk wakaf produktif telah menjadi perhatian dalam upaya memanfaatkan potensi wakaf secara optimal.

Regulasi wakaf uang telah memberikan pengaruh besar dalam mengelola dan pengembangan wakaf uang, namun masih memerlukan atensi pemerintah dalam mengawasi dan mengontrol pengelolaan manajemen wakaf uang di Indonesia. Selain itu, dibentuknya Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, telah memberikan legitimasi aturan kepada orang yang berwakaf (*wakif*) dapat mengalokasikan sebagian kekayaannya berupa harta benda wakaf bergerak, baik berwujud atau tidak berwujud seperti uang, logam mulia, surat berharga, kendaraan, hak kekayaan intelektual, hak sewa, dan harta benda bergerak lainnya (Suryadi & Yusnelly, 2019).

Dengan adanya regulasi yang mendukung dan fakta bahwa masyarakat muslim di Indonesia yang besar, potensi penghimpunan wakaf uang di Indonesia akan tinggi. Badan Wakaf Indonesia (BWI) melaporkan bahwa potensi wakaf uang di Indonesia sebesar Rp 180 triliun per-tahunnya. Hal tersebut dihitung melalui jumlah

penduduk muslim di Indonesia dengan usia produktif yang berpotensi melakukan pembayaran wakaf uang. Namun pada realisasinya, penghimpunan wakaf uang di Indonesia masih jauh di bawah ambang potensi yang ada. Berikut adalah realisasi penghimpunan wakaf uang di Indonesia:



Gambar 1. Realisasi Penghimpunan Wakaf Uang Di Indonesia Berdasarkan BWI Tahun 2018-2024

Sumber: Badan Wakaf Indonesia dan Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI) 2024

Berdasarkan laporan Badan Wakaf Indonesia (BWI), realisasi penghimpunan wakaf uang yang terhimpun sejak tahun 2011 s.d. 2018, rata-rata menyentuh Rp 31,9 miliar per-tahun. Pada periode tahun 2018 sampai dengan 2021 terhimpun sebesar Rp 855 Miliar. Selain itu, perolehan dana wakaf uang pada Mei tahun 2022 mencapai 1,4 triliun (Sukmana et al., 2022). Dan perolehan wakaf uang per September pada tahun 2024 mencapai Rp 2,4 triliun. Perolehan wakaf uang tersebut terdapat kesenjangan antara potensi perolehannya dan realisasi penghimpunannya (Abdul Ghafur, 2024).

Padahal berbagai upaya dalam perumusan strategi penghimpunan wakaf uang di Indonesia telah digencarkan. Salah satunya ialah melakukan ekspansi jaringan penghimpunan wakaf uang telah mengadopsi perkembangan teknologi yang ada di Indonesia, seperti penggunaan *e-wallet* (Zakariya et al., 2021). *Digital wallet* dapat memperluas cakupan sumber penghimpunan wakaf uang, situs *crowdfunding* dalam ekspansi kerja sama, hingga *shopping charity* dalam penghimpunan wakaf uang. Sehingga apabila disandingkan dengan pengelolaan wakaf benda tidak bergerak, maka penghimpunan dan pengelolaan wakaf uang dinilai akan lebih variatif dan fleksibel, yaitu melalui *digital payment* (Amaliyah et al., 2022).

Digitalisasi wakaf uang menjadi peluang dalam aktualisasi penghimpunan wakaf uang di Indonesia (Nurjamil & Siti Nurhayati, 2021). Kemudahan dalam melakukan transaksi pada masa kini membuat penghimpunan wakaf uang dapat dilakukan melalui *digital payment*, yaitu program *digital wakaf fundraising* (Meilysianawati & Utomo, 2022). *Fundraising* secara digital merupakan kegiatan penghimpunan wakaf uang sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku, yang dilakukan secara digital baik luring atau daring, yang dilakukan oleh *nazhir wakaf*

uang melalui *digital payment* dan bekerja sama dengan LKS-PWU (Firdaus, 2022; Syahputra & Khairina, 2021; Asy'arie & Djalaludin, 2024)

Digitalisasi penghimpunan wakaf uang juga perlu memenuhi kriteria tertentu, agar calon wakif dapat mempercayai *digital payment* dalam melakukan pembayaran wakaf uang. Maka dari itu, wakaf *fundraising* melalui *digital payment* pada LKS-PWU harus lolos pada tahap pengujian publik, berupa kemudahan, kebermanfaatan, dan keamanan sistem. Sehingga dapat memberikan efek kepercayaan yang positif bagi calon wakif yang akan melakukan pembayaran wakaf uang melalui *digital payment* (Astria & Wadiniwati, 2021).

Cendekiawan teknologi tahun 1986, Davis mencetuskan teori tentang *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu teori terkait penerimaan sebuah sistem teknologi oleh individu masyarakat. Teori ini mengacu pada persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan sebagai faktor utama dalam pengujian penggunaan sistem (Wicaksono, 2022). Dalam penelitian ini, pendekatan TAM digunakan dalam menguji tingkat kemudahan dan kebermanfaatan *digital payment* dalam pembayaran wakaf uang. Sehingga TAM dapat mengukur seberapa jauh kemudahan dan kebermanfaatan *digital payment* dalam pembayaran wakaf uang. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan *digital payment* dalam melakukan pembayaran wakaf uang, dengan menggunakan pendekatan TAM. Dimana variabel-variabel pada pendekatan TAM yaitu penggunaan *digital payment*, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kepercayaan, sikap menggunakan, dan intensi.

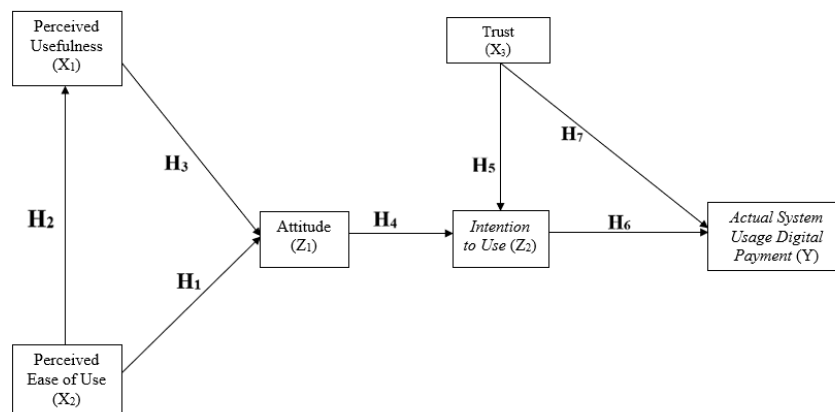
METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan prosedur penelitian sistematis dengan metode *scientific*, karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkret atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis (Sugiyono, 2013). Pendekatan penelitian yang digunakan merupakan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menggunakan *tools* analisis Smart PLS 3.0. Oleh karena itu, peneliti akan mengelola data secara statistik dan disajikan secara sistematis. Sehingga hasil penelitian ini akan lebih mudah disimpulkan dan dideskripsikan bagaimana hasil dari pengelolaan data tersebut (Nazir, 2005).

Populasi yang digunakan sebagai populasi adalah masyarakat muslim di Provinsi Jawa Barat yang sudah pernah wakaf uang menggunakan *digital payment*. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik ini merupakan penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Fauzy, 2019). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pedoman penentuan besaran ukuran sampel untuk *Structural Equation Modelling* (SEM), yaitu sama dengan 5-10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel (Asra & Prasetyo, 2015). Oleh karena itu, indikator pada penelitian ini sebanyak 33 item,

sesuai dengan poin kedua maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 x 330, yaitu 330 sampel.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang bersifat tertutup atau terbuka yang perlu dijawab. Dalam hal ini, peneliti akan menyebarkan angket melalui Google Form kepada masyarakat Jawa Barat yang telah membayar wakaf uang untuk mengetahui faktor determinan penggunaan *digital payment* dalam pembayaran wakaf uang dengan model Technology Acceptance Model (TAM) (Sugiyono, 2017). Teknik analisis data dimulai dari analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), yaitu pengujian *Partial Least Square* (PLS), pengukuran *outer model* untuk menguji *validitas* dan *reabilitas*, pengukuran *inner model*, dan uji hipotesis (Abdillah & Jogiyanto, 2015; B. Kline, 2016; Bandur & Prabowo, 2021; Ghozali & Latan, 2015; Hair et al., 2017; Santoso, 2021; Sunyoto, 2009). Oleh sebab itu, secara sederhana peneliti membuat bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Sumber: Oleh Penulis, (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Responden

Data penelitian menunjukkan dari 330 responden, 59.4% adalah laki-laki (196 orang) dan 40.6% perempuan (134 orang). Dari segi usia, 12.1% responden berusia 17-21 tahun (40 orang), 37.9% berusia 21-30 tahun (125 orang), 37.6% berusia 31-40 tahun (124 orang), dan 12.4% berusia di atas 40 tahun (41 orang). Selain itu, distribusi geografis responden berasal dari berbagai kota dan kabupaten di Jawa Barat, dengan jumlah terbanyak dari Kota Bogor (38 orang, 11.52%), diikuti oleh Kota Tasikmalaya (32 orang, 9.70%), dan Kota Bandung (31 orang, 9.39%). Kabupaten Sukabumi memiliki jumlah responden terendah dengan hanya 1 orang (0.30%). Data ini menunjukkan dominasi responden dari wilayah perkotaan dibandingkan daerah yang lebih kecil atau terisolasi.

Mayoritas responden (42.73%) telah menggunakan *digital payment* selama 2-3 tahun, diikuti oleh 30.00% yang menggunakannya selama 1-2 tahun, dan 20.30%

yang menggunakannya lebih dari 3 tahun. Hanya 6.97% responden yang menggunakan *digital payment* kurang dari 1 tahun. Data ini mencerminkan tingkat pengalaman yang tinggi dalam penggunaan layanan oleh mayoritas responden, dengan loyalitas dan keterlibatan yang cukup signifikan.

2. Uji Measurement Models

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

<i>Construct</i>	<i>Item</i>	<i>Loading</i>	<i>CRA</i>	<i>AVE</i>
Persepsi Kegunaan	X1_1	0.791	0.861	0.589
	X1_2	0.758		
	X1_3	0.711		
	X1_4	0.794		
	X1_5	0.768		
	X1_6	0.780		
Persepsi Kemudahan	X2_1	0.821	0.855	0.697
	X2_2	0.859		
	X2_3	0.840		
	X2_4	0.820		
Sikap	Z1_1	0.800	0.836	0.603
	Z1_2	0.777		
	Z1_3	0.755		
	Z1_4	0.768		
	Z1_5	0.783		
<i>Intention to Use</i>	Z2_1	0.841	0.873	0.663
	Z2_2	0.801		
	Z2_3	0.835		
	Z2_4	0.843		
	Z2_5	0.749		
Kepercayaan	X3_1	0.817	0.818	0.577
	X3_3	0.784		
	X3_4	0.691		
	X3_5	0.797		
	X3_6	0.702		
	<i>Actual System Usage</i>	Y_1		
Y_2		0.847		
Y_3		0.745		
Y_4		0.856		
Y_5		0.795		

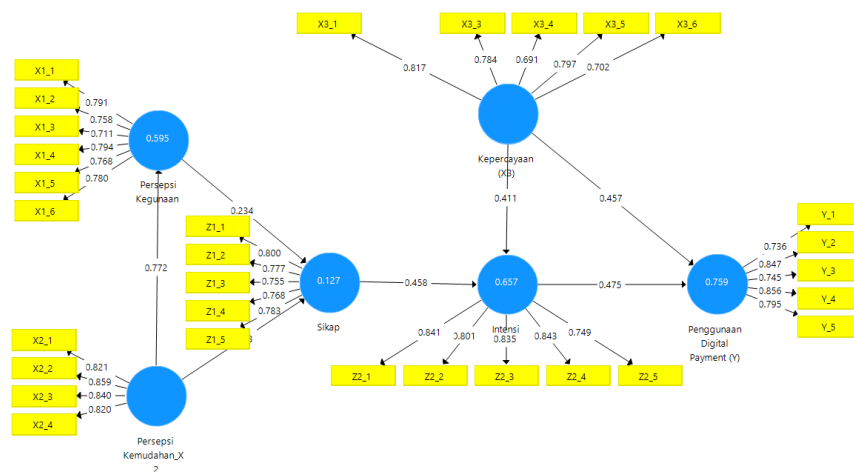
Sumber: Data diolah penulis (2025)

Pengujian validitas konvergen didasarkan pada prinsip bahwa item yang mengukur konstruk harus memiliki tingkat varians umum yang melebihi batas standar. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengukur validitas konvergen meliputi *Average Variance Extracted (AVE)*, *factor loading*, dan *cronbach's*

alpha (CRA), (Ghozali & Latan, 2015; Santoso, 2021). Nilai CRA dianggap dapat diterima jika sama dengan atau lebih tinggi dari 0.6, sementara *loading factor* dan AVE diterima jika nilainya sama dengan atau lebih tinggi dari 0.5 (Bandur & Prabowo, 2021). Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai CRA dan AVE lebih tinggi dari ambang batas minimum, sehingga validitas konvergen dapat dianggap terpenuhi berdasarkan data tersebut.

3. Uji Structural Model

Fit model dalam riset ini digambarkan pada *Standardized Root Mean Square* (SRMR) sebesar 0,085 dan lebih dari 0,08 sehingga dapat diketahui *fit model* dengan data. Terdapat empat hasil nilai *R square*, pada variabel *Actual System Usage* memiliki nilai sebesar 0.759, variabel *Intention to Use* memiliki nilai 0.657, variabel kegunaan memiliki nilai 0.595, sedangkan tingkat nilai variabel sikap sebesar 0.127. Nilai *Actual System Usage* tersebut menunjukkan bahwa variabel yang ada dalam pendekatan TAM dan variabel kepercayaan dapat mempengaruhi *Actual System Usage* sebesar 75%. Apabila nilai lebih dari 33%, maka dapat dikatakan kuat. Muatan tersebut digambarkan pada model uji *structural* berikut:



Gambar 3. Hasil Output Model Penelitian SEM-PLS

Sumber: Oleh Penulis, (2025)

4. Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis 1 sampai 7 dapat dilihat pada Tabel 2 *path coefficient* sebagai berikut:

Tabel 2. Path Coefficient

<i>Effect</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	<i>Ket.</i>
Direct Effect						
Persepsi Kemudahan -> Sikap	0.143	0.148	0.078	1.834	0.085	H1 ditolak

<i>Effect</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	<i>Ket.</i>
Direct Effect						
Persepsi Kemudahan -> Persepsi Kegunaan	0.772	0.771	0.032	24.082	0.000	H2 diterima
Persepsi Kegunaan -> Sikap	0.234	0.234	0.071	3.282	0.001	H3 diterima
Sikap -> Intensi	0.458	0.46	0.052	8.785	0.000	H4 diterima
Kepercayaan -> Intensi	0.411	0.409	0.049	8.426	0.000	H5 diterima
Intensi -> Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0.475	0.474	0.05	9.514	0.000	H6 diterima
Kepercayaan -> Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0.457	0.458	0.053	8.612	0.000	H7 diterima
Indirect Effect						
Persepsi Kegunaan -> Sikap -> Intensi	0.107	0.108	0.035	3.036	0.003	<i>Support</i>
Persepsi Kemudahan -> Sikap -> Intensi	0.066	0.067	0.035	1.868	0.073	<i>Non-Support</i>
Sikap -> Intensi -> Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0.217	0.218	0.037	5.885	0.000	<i>Support</i>
Kepercayaan -> Intensi -> Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0.195	0.194	0.029	6.644	0.000	<i>Support</i>
Persepsi Kegunaan -> Sikap -> Intensi -> Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0.051	0.051	0.018	2.854	0.004	<i>Support</i>
Persepsi Kemudahan -> Sikap -> Intensi -> Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0.031	0.032	0.017	1.822	0.080	<i>Non-Support</i>

Sumber: Data diolah penulis (2025)

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa H_2 , H_3 , H_4 , H_5 , H_6 , dan H_7 , diterima, sedangkan H_1 ditolak. Pada awal pengujian, konstruk sikap tidak dipengaruhi secara langsung dan signifikan oleh persepsi kemudahan. Hal ini dibuktikan dengan nilai *p-Value* sebesar 0.085, Namun sikap dipengaruhi oleh persepsi kegunaan (*p-Value* = 0,001). Selain itu, konstruk persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan secara langsung (*p-Value* = 0,000). Konstruk *Intention to Use* dipengaruhi oleh sikap (*p-Value* = 0,000), dan kepercayaan (*p-Value* = 0,000). Adapun konstruk *Actual System Usage* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *Intention to Use* (*p-Value* = 0,000), dan kepercayaan (*p-Value* = 0,000).

Pembahasan

Persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap. Hal ini berbanding terbalik dengan teori TAM, namun didukung oleh penelitian dari (Astuti & Prijanto, 2021; Ayu et al., 2025; Nasution et al., 2023; Prasetya et al., 2024) yakni persepsi kemudahan bukan satu-satunya faktor yang memiliki pengaruh terhadap sikap menggunakan teknologi. Sebab, sistem *digital payment* dalam pembayaran wakaf uang dinilai memiliki *user interface* dan *user experience* (UI/UX) yang kurang memudahkan pengguna, sehingga wakif tidak mendapatkan persepsi kemudahan penggunaan sistem.

Desain *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) adalah konsep yang terkait dalam pengembangan produk digital (Prasetyo et al., 2022). UI fokus pada elemen visual dan interaktif seperti tombol dan skema warna untuk menciptakan antarmuka yang estetik dan mudah digunakan. Sebaliknya, UX mencakup seluruh interaksi pengguna dengan produk, termasuk kegunaan, aksesibilitas, dan kepuasan (Himawan & Yanu, 2020). Kombinasi UI menarik dan UX efisien menghasilkan produk yang estetik dan fungsional. Penelitian menunjukkan UI/UX yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengguna, memperkuat citra produk, dan mendorong penggunaan teknologi *digital payment* (Wiwesa, 2021).

Penelitian (Nasution et al., 2023) mengemukakan bahwa UI dan UX *design* dapat mempengaruhi kenyamanan dan kemudahan masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* OVO. Selain itu, temuan riset dari (Ayu et al., 2025) bahwa desain UI dan UX yang baik dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi *SOCO by Sociolla* dengan persepsi kemudahan sebagai variabel moderasi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan sistem pembayaran digital, maka akan semakin tinggi pula masyarakat akan menggunakan *digital payment* dalam transaksi (Astuti & Prijanto, 2021).

Berdasarkan hasil uji hipotesis, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan. Hasil temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya (Aufa & Marliyah, 2023; Indriyani et al., 2024; Multi et al., 2024; Rosalina Siahaan et al., 2023; Sukmawati et al., 2022; Wahyudi & Yanthi, 2021) dan sejalan dengan teori yang dicetuskan oleh (Davis, 1989). Maka, semakin mudah layanan *digital payment* digunakan, maka akan semakin tinggi pula tingkat persepsi kegunaan yang akan dirasakan.

Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa sikap dapat dipengaruhi oleh persepsi kegunaan. Sebab, persepsi kegunaan memiliki indikator untuk

mengembangkan prestasi kinerja, mempercepat pekerjaan, meningkatkan efektivitas kegiatan individu, dan membuat pekerjaan seseorang lebih mudah, khususnya dalam pembayaran wakaf uang melalui *digital payment*. Semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kegunaan layanan *digital payment* dalam transaksi digital, maka semakin tinggi pula masyarakat dalam menyikapi layanan pembayaran digital. Temuan ini didukung oleh riset dari (Perwitasari, 2022; Pratama et al., 2022; Sukmawati et al., 2022; Wahyudi & Yanthi, 2021) dan sesuai dengan teori TAM (Davis, 1989).

Sikap menggunakan merupakan perasaan positif atau negatif yang timbul akibat individu menggunakan layanan teknologi terbaru. Ketika individu memiliki sikap yang positif terhadap penggunaan suatu teknologi, maka intensi untuk menggunakan layanan tersebut akan meningkat. Temuan penelitian ini mengungkap bahwa sikap berpengaruh terhadap intensi menggunakan teknologi *digital payment*. Berdasarkan penelitian terdahulu dari (Aufa & Marliyah, 2023; Siswoyo & Irianto, 2023; Sukmawati et al., 2022) bahwa sikap menggunakan memiliki pengaruh terhadap intensi penggunaan layanan *digital payment*, yang artinya bahwa pengguna yakin akan layanan tersebut tidak melanggar prinsip syariah, bahkan dapat memenuhi kebutuhan diri sendiri untuk mencapai kesejahteraan (Arbaen & Nurhasanah, 2024). Hasil temuan ini juga konsisten dan selaras dengan teori TAM yang dikemukakan oleh (Davis, 1989).

Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, kepercayaan mampu mempengaruhi intensi menggunakan *digital payment* dalam pembayaran wakaf uang. Sebab, adanya pengelolaan lembaga penghimpunan wakaf uang yang, berintegritas, dan profesional dapat menumbuhkan kepercayaan wakif pada LKS-PWU. Sehingga dengan adanya kepercayaan yang baik dari wakif dapat menumbuhkan intensi dalam membayar wakaf uang melalui *digital payment*. Hasil temuan ini didukung oleh riset terdahulu oleh (A.N & Sutarso, 2021; Astria & Wadiniwaty, 2021) bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap intensi wakif melalui indikator kemampuan, integritas, dan *benevolence*.

Intensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *actual system usage digital payment* dalam pembayaran wakaf uang. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori TAM (Davis, 1989) bahwa intensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *digital payment*. Selain itu, temuan riset ini mendukung penelitian terdahulu dari (Astuti & Prijanto, 2021; Indriyani et al., 2024; Juwita et al., 2023; Karmanto & Baskoro, 2020; Purwanto et al., 2021; Sukmawati et al., 2022). Berdasarkan indikator yang ada, cara untuk meningkatkan intensi masyarakat untuk membayar wakaf uang melalui *digital payment* adalah melalui sosialisasi kepada masyarakat mengenai lembaga wakaf, LKS-PWU, meningkatkan pelayanan, dan menyediakan *platform* pembayaran wakaf uang bagi calon wakif. Oleh karena itu, intensi dapat mempengaruhi penggunaan *digital payment* dalam pembayaran wakaf uang secara nyata.

Temuan riset ini menunjukkan bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi *actual system usage digital payment* dalam pembayaran wakaf uang. Sebab, kepercayaan merupakan suatu rasa percaya kepada pihak tertentu terhadap orang lain dalam melakukan hubungan berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang

dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya dengan baik. Maka dari itu, kepercayaan dinilai sebagai salah satu faktor pengaruh kepada individu untuk menggunakan teknologi secara *real-time*. Temuan riset ini konsisten dengan hasil penelitian dari (Della Angelina Simanjuntak & Nurhadi, 2023; Prasetya et al., 2024; Tasya et al., 2023) yang mendapatkan temuan bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi tingkat penggunaan alat pembayaran digital oleh masyarakat secara umum. Selain itu, penelitian ini didukung temuan riset dari (R. Lubis, 2023) mengemukakan semakin tinggi tingkat kepercayaan *muzzaki* pada *platform* pembayaran zakat digital, maka akan semakin sering juga masyarakat akan menggunakan alat pembayaran digital untuk membayar zakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan memengaruhi penggunaan *digital payment* dalam pembayaran wakaf uang, dengan sikap dan intensi sebagai variabel *intervening*. Hasil dari metode SEM menggunakan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berdampak signifikan pada sikap pengguna, namun memengaruhi persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap dan intensi, yang kemudian mendorong penggunaan *digital payment*. Sikap positif dan kepercayaan yang tinggi meningkatkan intensi dan penggunaan *digital payment*. Penelitian ini menekankan pentingnya desain UI/UX yang memudahkan, transparansi dalam pengelolaan, dan edukasi untuk meningkatkan adopsi dan kepercayaan pengguna. Inovasi fitur layanan juga diperlukan untuk meningkatkan intensi penggunaan.

Implikasi penelitian ini yaitu bagi pihak lembaga pengelola wakaf uang digital perlu meningkatkan kualitas *user interface* (UI) dan *user experience* (UX) pada *platform* penghimpunan wakaf uang dalam meningkatkan adopsi dan kepercayaan masyarakat. Transparansi dalam pengelolaan dana dan edukasi mengenai manfaat *digital payment* juga penting untuk membangun loyalitas wakif. Penelitian lanjutan sebaiknya mengeksplorasi faktor tambahan seperti literasi digital dan dukungan pemerintah, serta menggunakan desain longitudinal untuk memahami perubahan sikap dan perilaku masyarakat dalam jangka waktu panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- A.N, A. R., & Sutarso, Y. (2021). Peran Kepercayaan, Manfaat Dan Religiusitas Dalam Meningkatkan Niat Menggunakan Kembali Dompot Digital. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 181. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2172>
- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). *Altertatif Structural Equation Modelling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis* (D. Prabantini (ed.); Cetakan Pe). CV Andi Offset.
- Abdul Ghafur, W. (2024). *Terkumpul Rp2,4 Triliun, Kemenag Terus Genjot Penghimpunan Wakaf Uang*. Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://www.kemenag.go.id/nasional/terkumpul-rp2-4-triliun-kemenag->

terus-genjot-penghimpunan-wakaf-uang-XQk2v

- Agita, G., & Anwar, M. K. (2021). Strategi Manajemen Fundraising Wakaf Oleh Lembaga Wakaf Al-Azhar Dalam Optimalisasi Wakaf Uang. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 1–12. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p1-12>
- Amaliyah, N., Maslahah, M., Leviansyah, M. R., Pramuja, M. W., & Rahmawati, L. (2022). Waqaf Uang Digital: Tranformasi Dan Implementasi Di Indonesia. *Al-Infraq: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.32507/ajei.v13i1.986>
- Arbaien, M. F. N., & Nurhasanah, E. (2024). Analisis Pendayagunaan Dana ZIS Produktif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Mustahik. *La Zhulma: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 1–2. <https://journal.iaitasik.ac.id/index.php/LaZhulma/article/view/270>
- Asra, A., & Prasetyo, A. (2015). *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survey* (Cetakan Pe). Rajawali Pers.
- Astria, N., & Wadiniwaty, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Intensitas Pembelian Ulang Melalui E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 31–42.
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *Al-Muzara'Ah*, 9(1), 21–44. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>
- Asy'arie, B. F., & Djalaludin, A. (2024). Instrumen Ekonomi Islam untuk Kesejahteraan Sosial: Eksplorasi Potensi Wakaf Uang di Indonesia. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 8(1), 25–41. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/istithmar/article/view/1047>
- Aufa, N. N., & Marliyah. (2023). The e-Money Technology Acceptance Modal (TAM) as a Shariah Based Payment Mechanism. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 44–56.
- Ayu, I., Pidada, I., Putu, N., & Cahaya, N. (2025). The Effect of User Interface , User Experience , and Perceived Ease of Use on Interest in Using the SOCO by Sociolla Application with Perceived Usefulness as a Moderator. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 5(1), 234–245.
- B. Kline, R. (2016). Principles and Practice of Structural Equation Modeling. In T. D. Little (Ed.), *Guilford Publications, Inc* (Cetakan Ke, Vol. 1, Issue 1). The Guilford Press. <https://doi.org/10.15353/cgjsc-rcessc.v1i1.25>
- Bandur, A., & Prabowo, H. (2021). *Penelitian Kuantitatif: Metodologi, Desain, Dan Analisis Data Dengan SPSS, AMOS & Nvivo* (Cetakan Pe). Mitra Wacana Media.
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Della Angelina Simanjuntak, P., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kebiasaan Terhadap Pengguna E-wallet Dana (Studi Pada

- Mahasiswa Di UPN “Veteran” Jawa Timur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6970–6980.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- DinarStandard. (2022). State of the Global Islamic Economy Report. In *DinarStandard*.
<https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- Fathurrahman, A., & Utama, W. (2022). Analisis Determinan Minat Masyarakat Terhadap Wakaf Uang (Studi Kasus Masyarakat di Kota Magelang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2910–2919.
<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6182>
- Fauzy, A. (2019). Metode Sampling. In A. Canty (Ed.), *Universitas Terbuka* (Kedua, Vol. 9, Issue 1). Universitas Terbuka.
<http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/download/83/65%0Ahttp://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&from=export&id=L603546864%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1155/2015/420723%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76>
- Firdaus, S. N. A. (2022). Analisis Perbandingan Wakaf Uang Dan Wakaf Melalui Uang Di Indonesia. *Tahkim (Jurnal Peradaban Dan Hukum Islam)*, 5(1), 101–120.
<https://doi.org/10.29313/tahkim.v5i1.9123>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Cetakan Ke). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guna Permana Putu, A. (2018). Penerapan Metode TAM (Technology Acceptance Model) dalam Implementasi Sistem Informasi Bazaar Banjar. *Journal Speed: Setra Penelitian Engineeringg Dan Edukasi*, 10(1), 1–7.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage Publication* (Cetakan Ke). Sage Publication Inc. [https://eli.johogo.com/Class/CCU/SEM/_A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling_Hair.pdf](https://eli.johogo.com/Class/CCU/SEM/_A%20Primer%20on%20Partial%20Least%20Squares%20Structural%20Equation%20Modeling_Hair.pdf)
- Hidayatullah. (2020). *Hukum Wakaf Uang Dalam Sistem* (Nasrullah (ed.); Pertama). Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin.
http://eprints.uniska-bjm.ac.id/2385/1/BukuReferensi_Hidayatullah_2020_HUKUM_WAKAF_UANG_DALAM_SISTEM_HUKUM_ISLAM_DI_INDONESIA.pdf
- Himawan, H., & Yanu, M. F. (2020). Interfaces User Experience. In *Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta* (Cetakan Pe, Vol. 11, Issue 1). Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-Bene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsci>

urbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

- Indra, G. L. (2021). *Manajemen Wakaf Produktif dalam Perekonomian Modern*.
- Indriyani, R., Widyastuti, U., Yusuf, M., Jakarta, U. N., & Model, T. A. (2024). Analisis Penggunaan Digital Payment: Modifikasi Teori Technology Acceptance Model. *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 1678–1692.
- Jaharuddin. (2020). Manajemen Wakaf Produktif: Potensi, Konsep, dan Praktik. In *Kaizen Sarana Edukas (I)*. Kaizen Sarana Edukasi.
- Juwita, R., Kusumah, A. D., & Aqila, T. S. (2023). The Intention to Use Mobile Banking as a Financial Technology Service among Islamic Bank Users The Intention to Use Mobile Banking as a Financial Technology Service among Islamic Bank Users. *The Indonesian Capital Market Review*, 15(1). <https://doi.org/10.21002/icmr.v15i1.1166>
- Karmanto, G. D., & Baskoro, B. D. (2020). Penggunaan Platform Crowdfunding Dalam Menyalurkan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah (ZIS): Studi Intensi Masyarakat. *Point: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 95–109.
- Lee, S. (2016). User behavior of mobile enterprise applications. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 10(8), 3972–3985. <https://doi.org/10.3837/tiis.2016.08.030>
- Liébana-Cabanillas, F., de Luna, I. R., & Montoro-Ríosa, F. (2017). Intention to use new mobile payment systems: A comparative analysis of SMS and NFC payments. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 30(1), 892–910. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1305784>
- Lubis, H., Nuryanti, & Seliani, J. (2023). Literasi Wakaf Uang Pada Generasi Z Di Kota Pekanbaru. *Menara Riau*, 17(1), 46–58. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Menara/article/view/22082>
- Lubis, R. (2023). Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Platform Fintech Di Kabupaten Padang Lawas-Sumatera Utara. *Sharing: Journal of Islamic Economics, Management and Business*, 2(2), 123–134. <https://doi.org/10.31004/sharing.v2i2.21776>
- Marikyan, D., & Papagiannidis, S. (2023). Technology Acceptance Model: A review. *TheoryHub Book*, 1–17. <https://open.ncl.ac.uk>
- Meilysianawati, V., & Utomo, S. H. (2022). Effect of Transaction Security, Reputation, Legality and Ease of Use of Digital Payments. *Jurnal Ekonomi Balance*, 18(02). <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb/article/view/9613/pdf>
- Muhammad Fathrul Quddus, Manoarfa, H., & Suci Aprilliani Utami. (2022). Masalah dan Solusi Penghimpunan Wakaf Tunai di Indonesia: Pendekatan Analytical Hierarchy Process. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(5), 710–730.

<https://doi.org/10.20473/vol9iss20225pp710-730>

- Multi, A. S., Sukardi, B., & Asmanto, E. (2024). Adoption of the Technology Acceptance Model (Tam) in Linkaja Syariah Indonesia Digital Payment Service. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(1), 395–405. <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/16554>
- Mustakim. (2021). Sejarah, Peluang, Dan Tantangan Perbankan Dan Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 23–36.
- Mutia, C. (2023). Negara Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023. In *Databoks* (Issue 2023). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>
- Nasution, A. R., Hidayat, R., Manik, H. W. ., Assidiqie, M. F., & Ikhwan, A. (2023). Pengaruh Tampilan UI Dan UX Terhadap Kenyamanan Pengguna Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, 2(1), 81–84. <https://doi.org/10.47233/jppie.v2i1.713>
- Nazir, M. (2005). *Research Method* (R. F. Sikumbank (ed.); Cetakan 1). Ghalia Indonesia.
- Nurjamil, & Siti Nurhayati. (2021). Pengelolaan Wakaf Uang Melalui Aplikasi Fintech Pada Koperasi Syariah Di Kota Bandung. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(2), 205–212. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i2.435>
- Perdana, R. A., & Barlinti, Y. S. (2023). Pandangan Ulama Terhadap Penerapan Wakaf Uang Di Indonesia. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 4(4), 976–987.
- Perwitasari, A. W. (2022). The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Easiness towards Behavioral Intention to Use Fintech by Indonesian MSMEs. *The Winners*, 23(1), 1–9. <https://doi.org/10.21512/tw.v23i1.7078>
- Prasetyo, S. M., Simanjuntak, H., Laksono, D. B., & MGunawan, uhammad G. N. (2022). UI UX Developer. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Pendidikan*, 1(1), 50–58.
- Prasetya, M. E., Sari, I., & Poppy, I. (2024). Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna pada Alat Pembayaran Digital. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 1–7. <https://journal.actual-insight.com/index.php/pacioli/article/view/2295/2443>
- Pratama, A., Wulandari, S. Z., & Indyastuti, D. L. (2022). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Bisnis*, 05(03), 355–368.
- Purwanto, Sulthon, M., & Wafirah, M. (2021). Behavior Intention to Use Online Zakat: Application of Technology Acceptance Model with Development. *Ziswaf:*

Jurnal Zakat Dan Wakaf, 8(1), 44.
<https://doi.org/10.21043/ziswaf.v8i1.10457>

Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori* (A. Jibril (ed.); Cetakan Pe). PT. Nasya Expanding Management.

Qomariah, Q., Setiyowati, S. W., & Irianto, M. F. (2024). The Role Of Good Governance In Mediating Literacy, Income And Cash Waqf Decisions. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 8(1), 101–119. <https://doi.org/10.46367/jas.v8i1.1842>

Rifa'i, K. (2015). Membangun Loyalitas Pelanggan. In *Zifatama publisher* (Cetakan Pe). Zifatama Publisher. http://digilib.uinkhas.ac.id/693/1/BUKU_MEMBANGUN_LOYALITAS_PELANGGAN_OLEH_Dr._KHAMDAN_RIFA'I%2C_SE.%2CM.Si.pdf

Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan konsumen* (Hamdi (ed.); Cetakan I). UIN Khas Press.

Rosalina Siahaan, H., Budihartanti, C., Nusa Mandiri, S., & Selatan, J. (2023). Analisa Penerimaan Pengguna e-wallet Sebagai Transaksi Digital Menggunakan Metode TAM (Technology Acceptance Model). *JCSE Journal of Computer Science an Engineering*, 4(1), 42–49. <http://icsejournal.com/index.php/http://dx.doi.org/10.36596/jcse.v4i1.28>

Santoso, S. (2021). *Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Menggunakan Amos 26* (Cetakan Pe). PT Elex Media Komputindo.

Siswoyo, A., & Irianto, B. S. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1196–1205. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Quantitative, Qualitative Research Method, and R&D* (Third Edit). Alfabeta.

Sukmana, R., Solihin, M., Dwi Lestari, Y., & Ali, K. M. (2022). Analisis Kinerja Pengelolaan Wakaf Nasional 2022. In *Badan Wakaf Indonesia*.

Sukmawati, H., Wisandani, I., & Kurniaputri, M. R. (2022). Penerimaan dan Penggunaan Muzakki dalam Membayar Zakat Non-Tunai di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology of Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4), 439–452. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp439-452>

Sunuwati. (2022). Hukum Perwakafan. In *IAIN Parepare Nusantara Press* (I). IAIN Parepare Nusantara Press.

Sunyoto, D. (2009). *Analisis Regresi Dan Uji Hipotesis* (Ratino (ed.); Cetakan Pe). Media Pressindo.

Suryadi, N., & Yusnelly, A. (2019). Pengelolaan Wakaf Uang di Indonesia. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 27–36.

[https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2\(1\).3698](https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2(1).3698)

- Syahputra, A., & Khairina, K. (2021). Optimalisasi Penghimpunan Dana Wakaf Melalui E-Payment. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 106. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1536>
- Tasya, N. I., Sebayang, B., & Rahmawati. (2023). Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital UMKM Halal Kota Medan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Volume 6(2), 491–502.
- Wahyudi, B., & Yanthi, M. D. (2021). Penerimaan Teori Tam Terhadap Penggunaan Mobile Payment Dengan Kompatibilitas Sebagai Variabel Eksternal. *Akuntabilitas*, 15(1), 55–72. <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.11850>
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model (I)*. CV. Seribu Bintang. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Wiwesa, N. R. (2021). User Interface Dan User Experience Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 17–31. <https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol3/iss2/2>
- Zakariya, A. F., Istiqomah, N. H., & Aji, B. (2021). Potensi Wakaf Uang Digital (Financial Teknologi Syariah) Dalam Membangun Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Al-Musthofa*, 04(November), 127–142.
- Zaki, M., Andrini, R., Lubis, H., & Khaidir, W. (2024). Effectiveness of Collecting Cash Waqf by Nazhir Through Sharia Banks. *Journal of Economic Welfare, Philanthropy, Zakat and Waqf*, 03(01), 13–27. <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/asnaf/article/view/8729/3121>